



¿CÓMO REACCIONAR ANTE UN COMENTARIO NEGATIVO?

La creación de plataformas de opinión como Tripadvisor o Google Reviews, y la posibilidad de calificar negocios en las plataformas de servicios, o sociales como Facebook, tuvo un origen muy positivo. Su función era servir como buzón de sugerencias y referencia para otros usuarios, con el fin de que los negocios o servicios ofrecidos por la marca que estaba siendo calificada, mejorara.

Lamentablemente, con el tiempo, y debido a la condición humana, este supuesto buzón de sugerencias fue mutando, llegando a hacer las funciones de una Hoja de Reclamaciones, y alcanzando hoy en día el nivel de un arma de destrucción masiva.

El cambio de modelo de consumo ha ido ligado también al cambio de trato al cliente.

La antigua tendencia que rezaba **'el cliente siempre tiene razón'** traducido a nivel interno como **'el cliente casi nunca tiene razón, pero casi siempre hay que dársela'**, se perdió hace cerca de una década en la mayoría de servicios y es una situación perceptible.

Ante la sensación de indefensión que sufre el usuario y la existencia de las plataformas de opinión, nace el comentario vengativo, donde el cliente, e incluso el amigo del cliente, vuelcan opiniones descontroladas, ciertas o falsas, sobre los negocios que consideran no haber estado a la altura de sus expectativas; en su mayoría sin dimensionar las consecuencias ni intención de hacer crítica constructiva.

Los comentarios negativos pueden ser de cuatro tipos:

- Calumnias
- Amenazas
- Injurias
- Opiniones

Las plataformas tienen sus propios Términos y Condiciones de Uso, y podemos recurrir a ellas antes de intervenir legalmente. Esto quiere decir que se pueden tramitar las eliminaciones de comentarios que supongan la imputación de un delito no cometido, calumnias, la de comentarios que menoscaben gravemente la dignidad de nuestro negocio o persona, injurias, cualquier amenaza que suponga un peligro para nuestra integridad o la de nuestro negocio, pero nunca se podrán tramitar o eliminar opiniones negativas, pues están amparadas por el derecho de libertad de expresión, los Términos y Condiciones de Uso de las plataformas que las alojan, y por el propio concepto en sí que supone una 'plataforma de opinión'.

Cuando estas opiniones negativas aparecen en nuestras fichas de negocio, salvo que incurran en legislación vigente o incumplan los Términos y Condiciones de Uso, deben ser contestadas, pero nunca deben ser contestadas en caliente.





LEGÁLITAS

Este momento puede en ocasiones resultar desagradable, y es que debemos recibir el comentario con tranquilidad, sea cierto o no, y convertirlo en un expositor de nuestra capacidad de servicio posventa. Cualquier opinión negativa tiene como finalidad ser leída por otros usuarios, para que sopesen la elección del negocio evaluado, y por ello nuestra respuesta debe tener la misma intención.

Para contestar debemos seguir estas cuatro pautas:

- Disculpase
- Asumir
- Solventar
- Invitar al usuario a darnos una segunda oportunidad

En ocasiones no se podrá mostrar solución inmediata (tercer punto), pero se podrá instar al autor de la reseña a darnos más datos por vía privada, ofreciéndole un teléfono de contacto o un email, para que pueda facilitarnos más detalles del percance, evitando así dar más visibilidad pública al problema.

Esta práctica tiene la finalidad de revertir una situación poco favorable en una situación positiva, o al menos minimizar el impacto negativo cuando otro usuario lea el comentario crítico.

Debemos tener en cuenta que no todos los comentarios negativos son imprecisos o falsos, habrá muchos reales y con un punto en común, y no hay mayor solución ante los comentarios negativos, que escuchar al cliente y cubrir sus necesidades, corrigiendo los detalles que provocan su malestar.